

Resultados de las encuestas electorales, ¿reales o simulados?

Semblanza de los autores

Ernesto Gerardo Castellanos Silva es doctor en Derecho Constitucional, profesor investigador en la Universidad de Guadalajara y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, México. ORCID 0000-0001-8709-2152.

Blanca Judith De Dios García es maestra en Finanzas Publicas y profesora de la Universidad de Guadalajara.

José Luis Rico Mercado es maestro en Derecho y profesor del Centro Universitario de Tonalá, de la Universidad de Guadalajara.

Resumen

El presente trabajo analiza el impacto de las encuestas durante el proceso electoral mexicano de 2023-2024. Se destaca la magnitud histórica de las elecciones, que incluyeron la renovación de la presidencia y varios cargos locales. Además, se examina cómo las encuestas influyen en la opinión pública, los votantes y las estrategias de campaña. Se presentan dos efectos psicológicos que estas herramientas pueden generar: el "bandwagon" (apoyo al candidato líder) y el "underdog" (simpatía por el rezagado). También se revisa el papel regulador del INE en la supervisión de las encuestas para garantizar su veracidad y evitar la manipulación de los resultados. Finalmente, el trabajo expone las diferencias en la precisión de las encuestas publicadas, comparando los resultados de diversas casas encuestadoras con los resultados reales de las elecciones, mostrando cómo algunas encuestas se acercaron más a los resultados finales, mientras que otras presentaron importantes desviaciones.

Palabras clave: Encuestas lectorales, proceso electoral 2023-2024, opinión pública, efecto bandwagon, efecto underdog, INE.

Introducción

El 2 de junio de 2024 se realizaron las elecciones más grandes en la historia de México. Se eligieron aproximadamente 20,000 cargos de elección popular, lo que convirtió esta jornada electoral en una de las más grandes y complejas en la historia del país. Entre los cargos a elegir se encontraban:

- Presidente de la república: Se eligió al próximo presidente para el periodo 2024-2030.
- Congreso de la Unión:
 - 500 diputados federales: 300 de mayoría relativa y 200 de representación proporcional).
 - 128 senadores: 64 de mayoría relativa, 32 de primera minoría y 32 de representación proporcional.
- Gobernadores: Se eligieron 9 gobernadores en los estados de Chiapas, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Puebla, Tabasco, Veracruz, Yucatán y Ciudad de México (jefe de gobierno).
- Congresos locales: Se renovaron los congresos locales en varias entidades federativas.
- Ayuntamientos y alcaldías: Se eligieron presidentes municipales, regidores y síndicos en diversos municipios y alcaldías del país.
- Diputaciones locales: Se eligieron diputados locales en la mayoría de los estados del país.

Esta elección fue histórica no solo por el número de cargos en juego, sino también por la cantidad de votantes y la complejidad logística para organizar una jornada electoral de esta magnitud.

En este proceso electoral existieron varios factores y contextos políticos y sociales que pusieron a nuestro país en un estado crucial y complicado, algunos de estos factores fueron:

- Elección simultánea: Las elecciones de 2024 fueron históricas ya que coincidieron la elección presidencial, la renovación del Congreso (Cámara de Diputados y Senado), así como elecciones locales en varios estados. Esto hizo que el proceso fuera de una magnitud sin precedentes en la historia del país.

- Reformas electorales: El "Plan B" de la reforma electoral promovido por el presidente Andrés Manuel López Obrador constituye un conjunto de modificaciones legales que el partido en el poder intentó impulsar inicialmente. Sin embargo, fue duramente criticada por la oposición, académicos, y organizaciones de la sociedad civil, quienes argumentaron que las modificaciones ponían en riesgo la independencia del INE y, en consecuencia, la credibilidad del proceso electoral en México. La reforma fue impugnada ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), que la declaró en parte inconstitucional debido a aspectos relacionados con el proceso legislativo seguido para su aprobación.
- Contexto político y social: El entorno social y político en México fue marcado por una serie de desafíos, incluyendo la inseguridad, la economía, la corrupción, y el manejo de la pandemia de COVID-19.
- Polarización política: El clima político en México mostró una creciente polarización, con partidos y candidatos adoptando posturas más marcadas. Esto generó un ambiente de alta competencia, lo que provocó un aumento en el interés y la participación ciudadana en el proceso electoral.
- Gobierno de Andrés Manuel López Obrador: El mandato de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y su partido político, Morena, representó un factor central en la configuración de estas elecciones. Los resultados de su administración, así como su influencia política, fueron objeto de un intenso debate, el cual resultó determinante en el proceso electoral de 2024.

El proceso electoral que acaba de concluir en México ha sido un periodo de intensa actividad política, marcado no solo por las campañas de los candidatos y los debates públicos, sino también por el papel crucial que han desempeñado las encuestas electorales. Estas, realizadas por diversas casas encuestadoras, han sido herramientas fundamentales para medir la intención de voto, analizar la percepción de los candidatos y proporcionar datos sobre las tendencias electorales a lo largo de todo el proceso.

La presente investigación se centra en el análisis del uso y la importancia de las encuestas durante el proceso electoral 2023-2024 en México (Federacion, 2020), evaluando cómo estas han contribuido a la construcción de un voto informado, su impacto en la formación de la opinión pública y en las decisiones estratégicas de los actores políticos.

Además, se explorará el papel del INE y otros organismos en la regulación de estas encuestas, destacando los desafíos y oportunidades para garantizar la integridad y transparencia de la información electoral en un contexto democrático.

Influencia de las encuestas en la dinámica electoral

Las encuestas solo sirven para anticipar resultados, sino que también influyen directamente en las estrategias de campaña, la movilización de votantes y la formación de la opinión pública. Su importancia en el ámbito electoral radica en su capacidad para moldear la narrativa política. Los resultados de las encuestas son frecuentemente utilizados por los medios de comunicación, los partidos políticos y los propios candidatos para ajustar sus estrategias y discursos. Además, las encuestas pueden generar efectos psicológicos en los votantes (Mente, 2016), tales como:

- Efecto bandwagon:

El efecto bandwagon (o "efecto del carro ganador") ocurre cuando los votantes tienden a apoyar al candidato o partido que parece estar liderando en las encuestas o que tiene mayores probabilidades de ganar según la opinión pública. Este fenómeno se basa en la percepción de que la mayoría de las personas están apoyando a una opción específica, lo que puede motivar a otros a unirse a esa mayoría. Las razones para este comportamiento pueden incluir:

- Conformidad social: Las personas pueden sentir una inclinación natural a alinearse con la mayoría o el "ganador" para sentirse parte de un grupo o comunidad más amplia.
- Percepción de invencibilidad: Algunos votantes creen que apoyar a un candidato o partido con más seguidores es una decisión lógica o práctica, dado que consideran que ese candidato tiene más posibilidades de ganar.
- Seguridad en la elección: Cuando un candidato lidera en las encuestas, los votantes pueden sentir que su elección es segura y respaldada por la mayoría, lo que les da más confianza en su decisión.

- Efecto underdog:

El efecto underdog (o "efecto del desvalido") se produce cuando los votantes muestran simpatía y apoyo hacia un candidato o partido que va rezagado en las encuestas o que es percibido como el "perdedor". Este efecto puede llevar a un aumento en el apoyo hacia el candidato menos favorecido, debido a varias razones:

- Simpatía por el desvalido: Muchas personas tienden a simpatizar con aquellos que enfrentan adversidades o desafíos, lo que puede motivarlos a apoyar a un candidato que parece estar luchando contra la corriente.
- Deseo de equilibrio: Algunos votantes pueden sentirse impulsados a apoyar al candidato menos favorecido para equilibrar el "juego político" y evitar una concentración excesiva de poder.
- Motivación de cambio: Los votantes que están insatisfechos con el "estatus quo" o con el candidato líder pueden apoyar a un candidato con menos probabilidades de ganar como una forma de protesta o como una señal de deseo de cambio.

Ambos efectos son relevantes en el análisis de las dinámicas electorales ya que pueden influir en las decisiones de los votantes y, por lo tanto, en los resultados finales de una elección. Los candidatos y partidos políticos pueden intentar capitalizar estos efectos ajustando sus campañas en función de las encuestas publicadas, ya sea para consolidar una posición de liderazgo (efecto bandwagon) o para atraer simpatías y apoyo adicional desde una posición de desventaja (efecto underdog).

Formación de opinión y movilización del voto

Las encuestas pueden influir en la manera en la que los votantes perciben la viabilidad de los candidatos y la competitividad de la elección. Si una encuesta muestra una elección cerrada, puede movilizar a votantes que de otro modo podrían haberse abstenido. De manera similar, una encuesta que muestre una ventaja abrumadora para un candidato puede desalentar la participación electoral entre los votantes de los candidatos menos favorecidos.

Influencia en las narrativas mediáticas y de campaña

Los medios de comunicación a menudo utilizan los resultados de las encuestas para establecer narrativas sobre la trayectoria de una campaña o el momento de un candidato. Esto puede influir en cómo se cubren los temas, así como en la manera en la que los votantes perciben la relevancia de ciertos problemas o posiciones políticas.

A lo largo del proceso electoral 2023-2024, diversas casas encuestadoras publicaron resultados que variaron notablemente, generando discusiones sobre la precisión, la imparcialidad y el impacto real de estas herramientas de medición.

Las encuestas electorales tienen varias finalidades clave dentro del contexto de un proceso electoral, entre las que se encuentran las siguientes:

- Medición de la intención de voto y percepción del electorado:

Las encuestas ofrecen una instantánea de la intención de voto del electorado en un momento específico. Esto proporciona a los partidos políticos, candidatos y analistas una idea de cómo se está desarrollando la campaña, qué mensajes están resonando, y qué grupos de votantes están apoyando a cada candidato.

- Ajuste de estrategias de campaña:

Los resultados de las encuestas ayudan a los candidatos y partidos políticos a ajustar sus estrategias de campaña. Por ejemplo, si un candidato observa que está perdiendo apoyo en un segmento demográfico particular, puede cambiar su mensaje o enfocarse más en los temas que son importantes para ese grupo. Las encuestas pueden indicar a los equipos de campaña dónde concentrar recursos, qué mensajes priorizar y cómo responder a los ataques de otros candidatos.

- Información al público y a los medios de comunicación:

Las encuestas proporcionan datos a los medios de comunicación y al público en general sobre las dinámicas de la competencia electoral. Ayudan a enmarcar las discusiones políticas y a informar a los votantes sobre cómo se están alineando las preferencias de otros ciudadanos, lo cual puede influir en las decisiones individuales de voto.

- Evaluación de la efectividad de las políticas públicas y propuestas de campaña

Además de medir la intención de voto, las encuestas también pueden evaluar cómo los votantes perciben ciertas políticas, propuestas de campaña o eventos políticos. Esto puede ofrecer información valiosa a los candidatos sobre qué temas priorizar o ajustar.

- Legitimidad democrática

Las encuestas, cuando se realizan de manera rigurosa y transparente, pueden reforzar la legitimidad de un proceso electoral al proporcionar una verificación independiente de las tendencias del electorado. Esto es importante para la estabilidad política y la confianza en el proceso democrático (Catalunya, 2023).

Este estudio tiene como objetivo analizar el uso y la importancia de las encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras durante el proceso electoral 2023-2024, evaluando cómo estos instrumentos han afectado las dinámicas de las campañas, la percepción de los votantes y, en última instancia, los resultados electorales.

El proceso electoral 2023-2024 en México se ha consolidado como el más grande en la historia del país, con la elección de más de 19 mil cargos en los ámbitos federal y local. En este contexto, las encuestas electorales han desempeñado un papel fundamental, no solo como herramientas para medir las preferencias del electorado, sino también como instrumentos que influyen en la opinión pública, el comportamiento electoral y las estrategias de campaña de los partidos políticos y candidatos. Dado su impacto potencial en la percepción de los votantes, la regulación y supervisión de estas encuestas adquiere una importancia crucial para garantizar la transparencia, precisión y validez de la información que se difunde al público.

Desde 1994, el Instituto Nacional Electoral (INE) ha regulado la publicación de encuestas electorales en México, con el objetivo de fomentar la máxima publicidad y transparencia, asegurando que la ciudadanía pueda valorar la calidad de los estudios demoscópicos presentados. Esta regulación incluye:

- I. Requisitos metodológicos: Las encuestas deben cumplir con criterios metodológicos específicos y transparentes para ser publicadas, lo que permite a los ciudadanos y a los actores políticos evaluar su calidad y veracidad.

- II. Prevención de desinformación: Uno de los objetivos clave de la regulación es evitar la proliferación de encuestas falsas o *fake polls*, que pueden distorsionar la percepción pública y afectar el voto razonado.
- III. Monitoreo y supervisión: La Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) y las Juntas Locales Ejecutivas del INE monitorean las encuestas publicadas en 290 medios de comunicación impresos (243 periódicos y 47 revistas) para asegurar el cumplimiento de las normativas.

En el proceso electoral 2023-2024, el INE reforzó estos esfuerzos, coordinándose con los Organismos Públicos Locales y la Secretaría Ejecutiva para monitorear y validar las encuestas realizadas por diversas casas encuestadoras (INE, Encuestas Electorales, 2024). Este monitoreo incluye la verificación del cumplimiento de criterios metodológicos rigurosos, la identificación de encuestas que carecen de respaldo científico y la provisión de información que permita al electorado distinguir entre estudios fiables y *fake polls*, o encuestas falsas.

El uso de encuestas en los procesos electorales presenta varios desafíos como lo son el cumplimiento normativo, ya que no todas las encuestadoras cumplen con los requisitos para la publicación de sus resultados, y algunas pueden no presentar los estudios metodológicos que respalden sus datos.

Otro factor es la manipulación de opinión pública (Moda, 2018), dado que las encuestas pueden ser utilizadas para influir en el comportamiento electoral de los votantes mediante el uso estratégico de resultados para generar efectos como el "bandwagon" o el "underdog", antes descritos.

Mantener la confianza de los ciudadanos en la información que reciben es crucial. Por ello, el INE proporciona recursos y establece mecanismos para que las encuestadoras cumplan con criterios científicos y transparentes, minimizando la desconfianza.

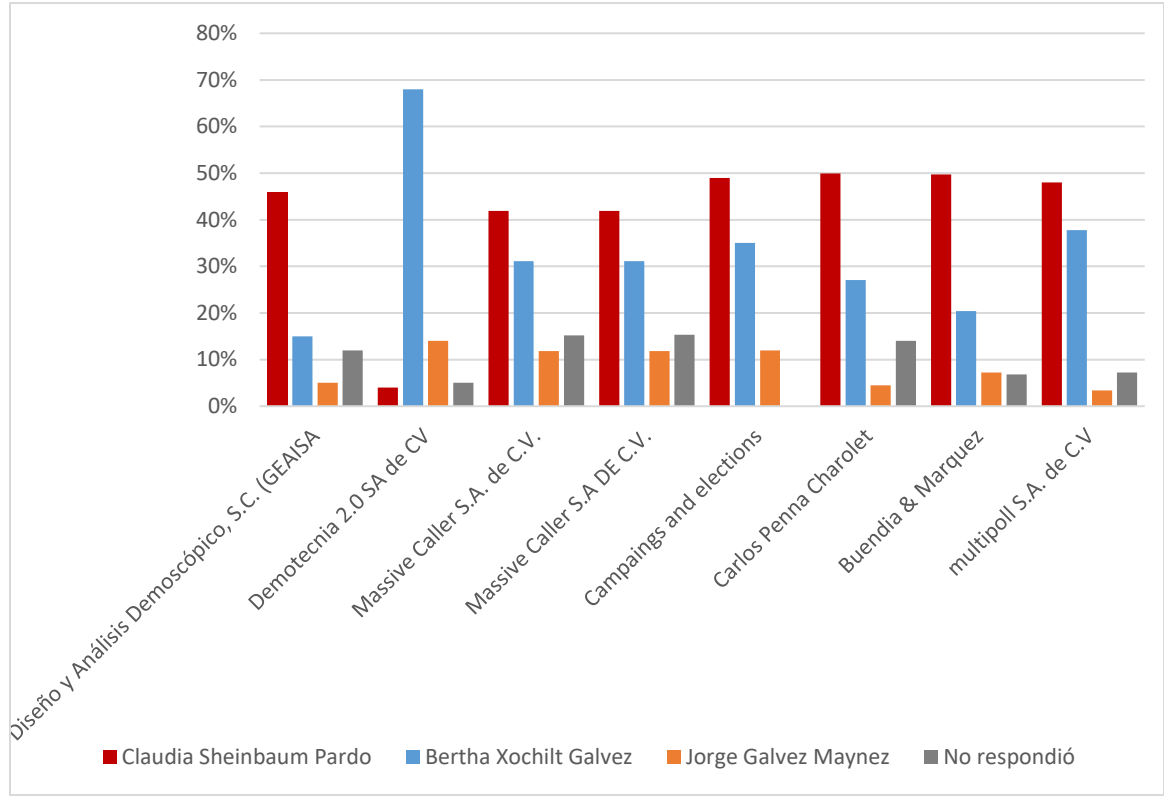
Las encuestas electorales desempeñan un papel fundamental, ya que los candidatos ajustan sus mensajes y enfoques estratégicos en función de las tendencias observadas en ellas. Pueden influir en la participación electoral al motivar a los votantes a apoyar al candidato líder o alentar a una mayor movilización en apoyo al candidato que va rezagado. De esta manera, ayudan a dar forma a la narrativa política, proporcionando una imagen de la

competencia electoral que puede influir en los medios de comunicación, los debates y las decisiones de los electores.

Resultados de las casas encuestadoras

A continuación, se muestran los porcentajes obtenidos por cada una de las candidatas y el candidato a la presidencia de la república en los resultados emitidos por las diferentes casas encuestadoras del país (INE, 2023). Este periodo de análisis inicia en septiembre de 2023 y concluye en el mes de la elección, realizada en junio de 2024. Los candidatos considerados en estas encuestas son Claudia Sheinbaum Pardo, Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz, y Jorge Álvarez Máynez, además de una categoría de "No respondió".

Figura 1. Resultados de las encuestas realizadas en septiembre de 2023



La gráfica anterior muestra los resultados de diferentes encuestas realizadas por varias casas encuestadoras en septiembre de 2023, con el objetivo de conocer la intención de voto de los ciudadanos para elegir a la próxima presidenta o presidente de la república en México. A continuación, se presenta un análisis de los resultados obtenidos en ese mes.

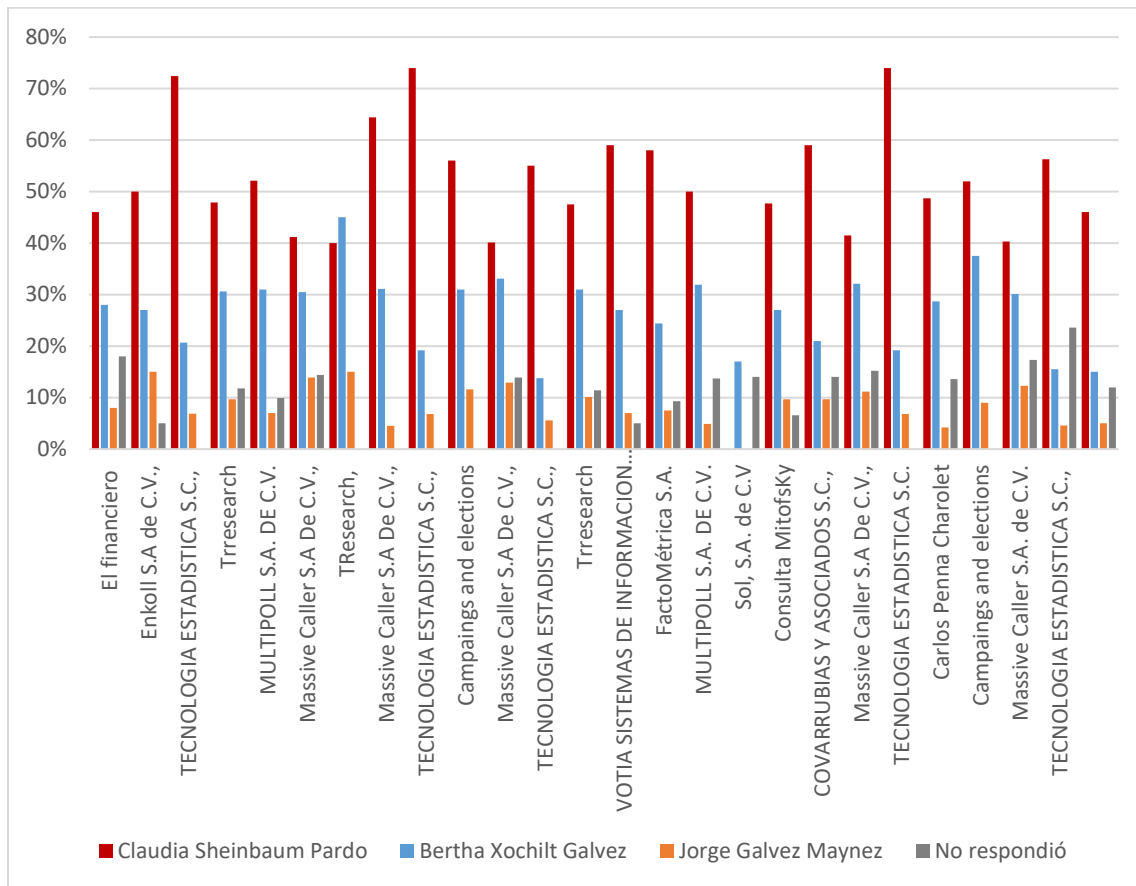
Claudia Sheinbaum Pardo aparece consistentemente como la candidata con mayor intención de voto en todas las encuestas presentadas. Su apoyo varía entre el 42% y el 50%, con un máximo del 50% en las encuestas realizadas por Carlos Penna Charolet y Buendía & Márquez. Su menor apoyo, del 42%, se registra en las encuestas de Massive Caller S.A. de C.V. y de Campaigns and Elections, mientras que su mayor ventaja se observa en la encuesta de Buendía & Márquez, con el 50% de preferencia.

Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz presenta una intención de voto más moderada, con un rango de apoyo que varía entre el 14% y el 38%. Su mejor resultado lo obtiene en la encuesta de Multipoll S.A. de C.V., con un 38%, mientras que su menor apoyo, del 12%, se refleja en la encuesta de Massive Caller S.A. de C.V.

Jorge Álvarez Maynez registra el apoyo más bajo en comparación con los otros dos candidatos. Su intención de voto varía entre el 4% y el 15%, siendo su mayor apoyo del 15% en la encuesta de Massive Caller S.A. de C.V. En todas las encuestas, Álvarez Maynez presenta cifras significativamente menores en comparación con Xóchitl y Claudia.

En resumen, Claudia Sheinbaum Pardo lidera la intención de voto en todas las encuestas, con un apoyo consistente y mayoritario. Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz ocupa el segundo lugar con un apoyo más variado y fluctuante, mientras que Jorge Álvarez Maynez muestra la intención de voto más baja entre los tres candidatos.

Figura 2. Resultados de las encuestas realizadas en octubre 2023



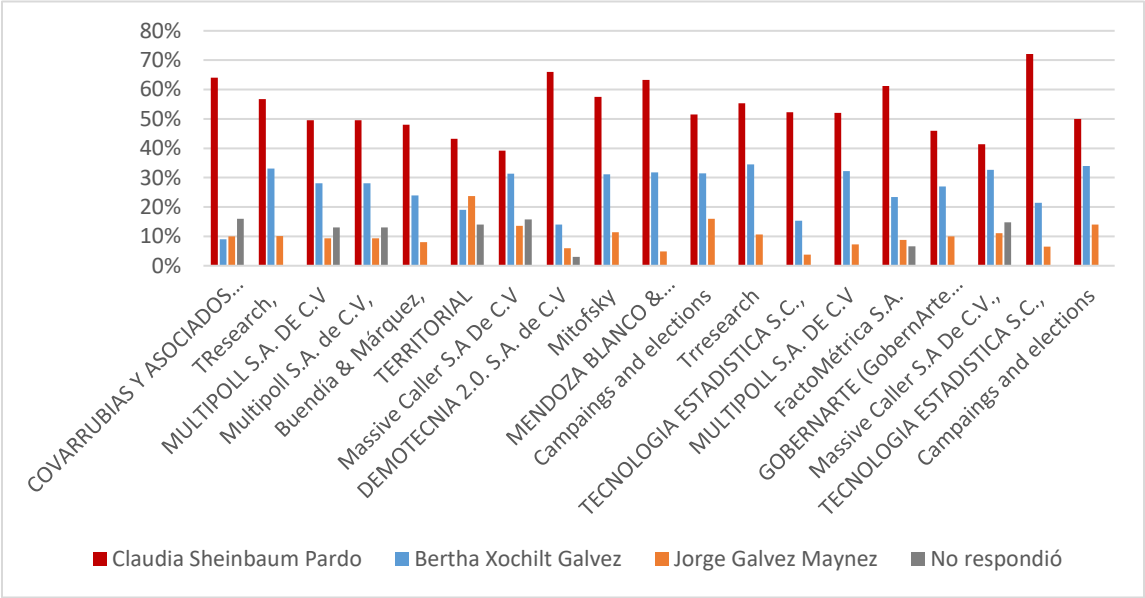
La gráfica anterior muestra los resultados de las encuestas realizadas en octubre de 2023. A continuación, se presenta un análisis de los mismos.

Claudia Sheinbaum Pardo aparece como la candidata con mayor intención de voto en la mayoría de las encuestas. Su apoyo varía entre el 46% y el 74%, alcanzando un máximo del 74% en las encuestas realizadas por Tecnología Estadística S.C. y Carlos Penna Charolet. La mayoría de las encuestas muestran a Sheinbaum con un respaldo superior al 50%, lo que indica un apoyo fuerte y consolidado. Los resultados en las encuestas de casas como Massive Caller S.A. de C.V., Enkoll S.A. de C.V., y TRresearch también muestran un respaldo superior al 50%.

Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz presenta un rango de apoyo entre el 28% y el 42%. Su mejor resultado lo obtiene en la encuesta de Massive Caller S.A. de C.V. con un 42% de apoyo. Su respaldo más bajo, del 20% se observa en las encuestas de Carlos Penna Charolet y Covarrubias y Asociados, lo que muestra que su apoyo es menos consistente y fluctúa según la casa encuestadora.

Jorge Álvarez Maynez presenta el apoyo más bajo en comparación con los otros dos candidatos. Su intención de voto varía entre el 11% y el 19% alcanzando su mejor resultado en la encuesta de Tecnología Estadística S.C., con un 19%. En la mayoría de las encuestas, Álvarez Maynez registra cifras por debajo del 20%, lo que indica una baja popularidad o reconocimiento entre los votantes.

Figura 3. Resultados de las encuestas realizadas en noviembre de 2023



La gráfica anterior muestra los resultados de diversas encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras en noviembre de 2023. A continuación, se presenta un análisis de los mismos.

Claudia Sheinbaum Pardo continúa liderando en todas las encuestas realizadas durante el mes de noviembre de 2023. Su apoyo oscila entre el 40% y el 70%, con los picos más altos observados en encuestas como las de Tecnología Estadística S.C., donde alcanzó un 70%, y Covarrubias y Asociados, con cerca del 60%.

En la mayoría de las encuestas, Sheinbaum supera el 50% de intención de voto, lo que indica un fuerte respaldo por parte del electorado y una ventaja clara sobre sus competidores. Se mantiene como la candidata favorita en las encuestas del mes de noviembre, mostrando un liderazgo continuo y consolidado en la intención de voto.

La candidata Xóchitl Gálvez Ruiz muestra un rango de apoyo que varía entre el 20% y el 40%. Su mejor resultado se observa en encuestas como la de Mendoza Blanco & Asociados, donde alcanza aproximadamente un 40%. En algunas encuestas, como las de

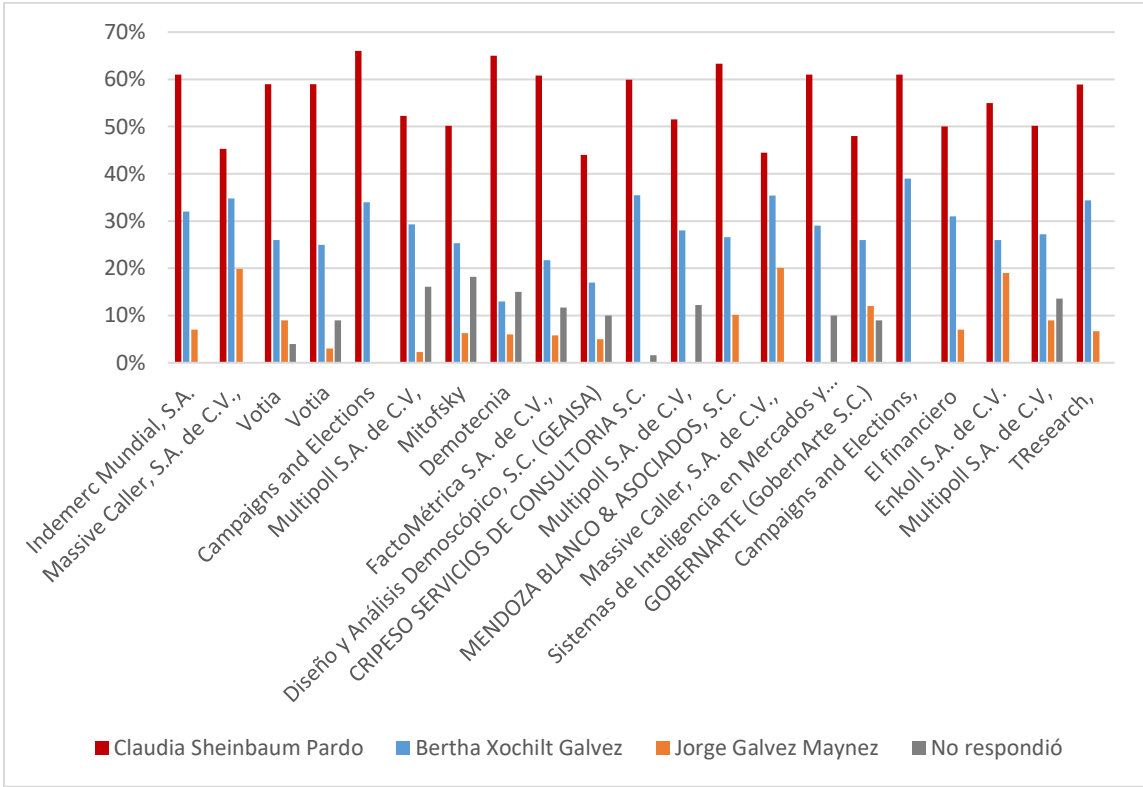
FactoMetrica S.A. y Tecnología Estadística S.C., el apoyo hacia Gálvez Ruiz es considerablemente menor, oscilando entre el 20% y el 30%.

El candidato Jorge Álvarez Maynez tiene el apoyo más bajo en comparación con las otras dos candidatas. Su intención de voto varía entre el 5% y el 15%. Su mejor resultado se observa en encuestas como Massive Caller S.A. de C.V., donde alcanza cerca del 15%. En todas las encuestas, Álvarez Maynez mantiene cifras de intención de voto bastante bajas, lo que refleja una menor popularidad o reconocimiento entre los votantes.

El porcentaje de personas que no respondieron varía entre el 6% y el 20%, con los niveles más altos en encuestas como la de FactoMetrica S.A. y Mendoza Blanco & Asociados. Estos resultados indican que hay un grupo de votantes que preferían no revelar su intención de voto o que aún no habían decidido, lo que en esas fechas se convertía en un factor decisivo.

Los resultados de estas encuestas para noviembre de 2023 reflejan un panorama electoral donde Claudia Sheinbaum Pardo sigue liderando las preferencias de los votantes con un amplio margen, seguida por Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz y, en un distante tercer lugar, Jorge Álvarez Maynez.

Figura 4. Resultado de las encuestas de diciembre de 2023



La gráfica anterior muestra los resultados obtenidos en las encuestas realizadas en el mes de diciembre de 2023.

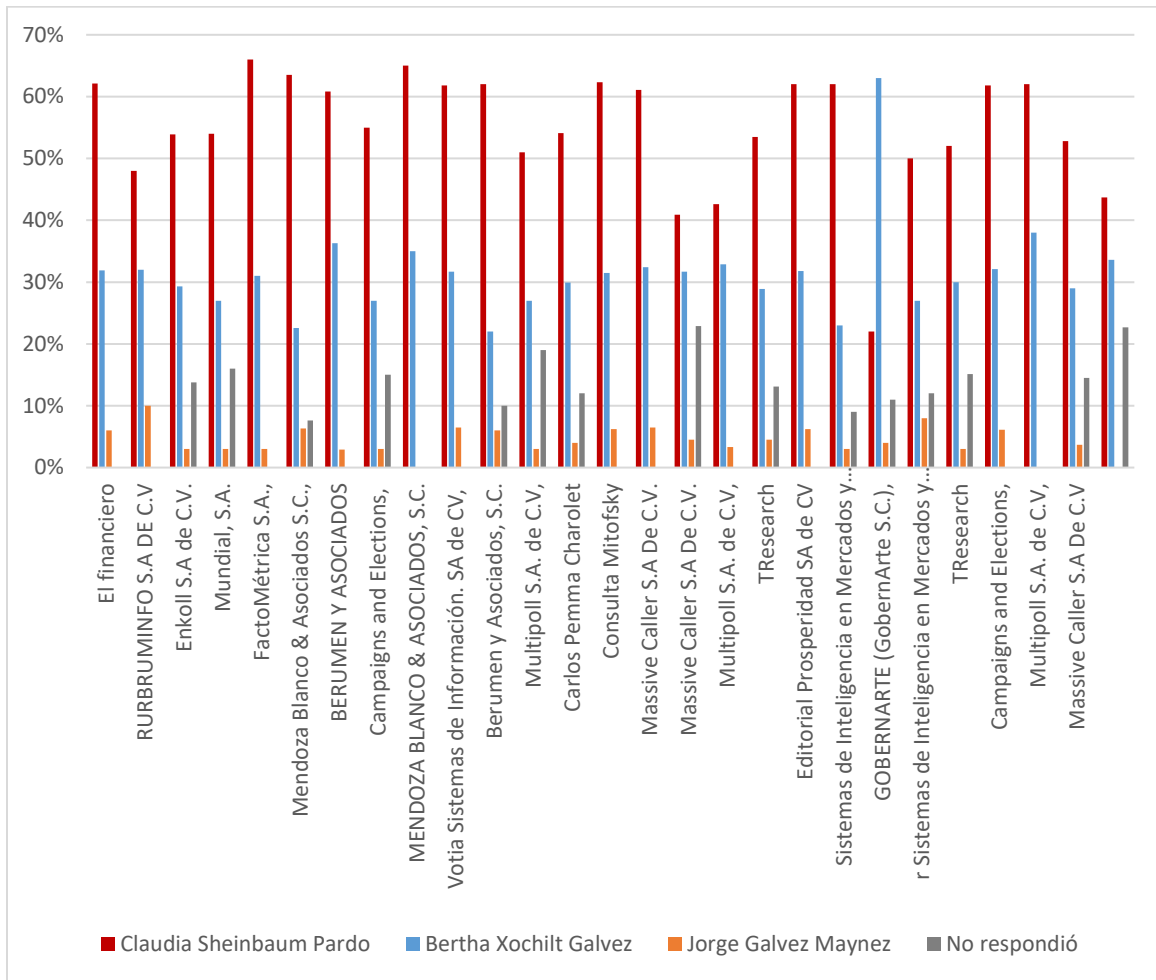
Claudia Sheinbaum Pardo continúa siendo la candidata con mayor intención de voto en todas las encuestas presentadas durante diciembre de 2023. Su apoyo varía entre el 40% y el 65%, con los picos más altos observados en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V., CRIPES SERVICIOS DE INTEGRIDAD, y Tecnología Estadística S.C., donde alcanza alrededor del 65%. En la mayoría de las encuestas, Sheinbaum supera el 50% de intención de voto, lo que indica un respaldo sólido por parte del electorado y una clara ventaja sobre los otros candidatos.

Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz presenta un rango de apoyo que varía entre el 20% y el 40%. Su mejor desempeño se observa en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V. y Mendoza Blanco & Asociados, donde alcanza alrededor del 40%. En varias encuestas, como las de CRIPES SERVICIOS DE INTEGRIDAD y GOBERNARTE, su apoyo se mantiene más bajo, entre el 20% y el 30%, lo que indica variabilidad en su respaldo entre las diferentes casas encuestadoras.

El candidato Jorge Álvarez Maynez muestra una intención de voto baja y constante en todas las encuestas, con resultados que oscilan entre el 5% y el 15%. Su mejor resultado se observa en la encuesta de Massive Caller S.A. de C.V. con aproximadamente un 15%.

El porcentaje de personas que no respondieron varía entre el 5% y el 20%, con los niveles más altos observados en encuestas como las de Enkoll S.A. de C.V. y FactoMétrica S.A. de C.V.

Figura 5. Resultados de las encuestas realizadas en enero de 2024



La gráfica anterior presenta los resultados del mes de enero de 2024 para medir la intención de voto de los ciudadanos en el contexto de las elecciones presidenciales en México. A continuación, se presenta un análisis de los mismos.

La candidata Claudia Sheinbaum Pardo sigue siendo la candidata con la mayor intención de voto en todas las encuestas realizadas. Su apoyo varía entre el 40% y el 65%, con los picos más altos en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V., BERUMEN y ASOCIADOS, y Mendoza Blanco & Asociados.

El rango de variación en los resultados entre las diferentes encuestadoras sugiere que las discrepancias pueden ser atribuidas a diferencias metodológicas, como el tamaño de la muestra, la distribución geográfica, y los métodos de recolección de datos. El liderazgo consistente de Sheinbaum indica que su candidatura se ha consolidado como la opción más fuerte entre los votantes.

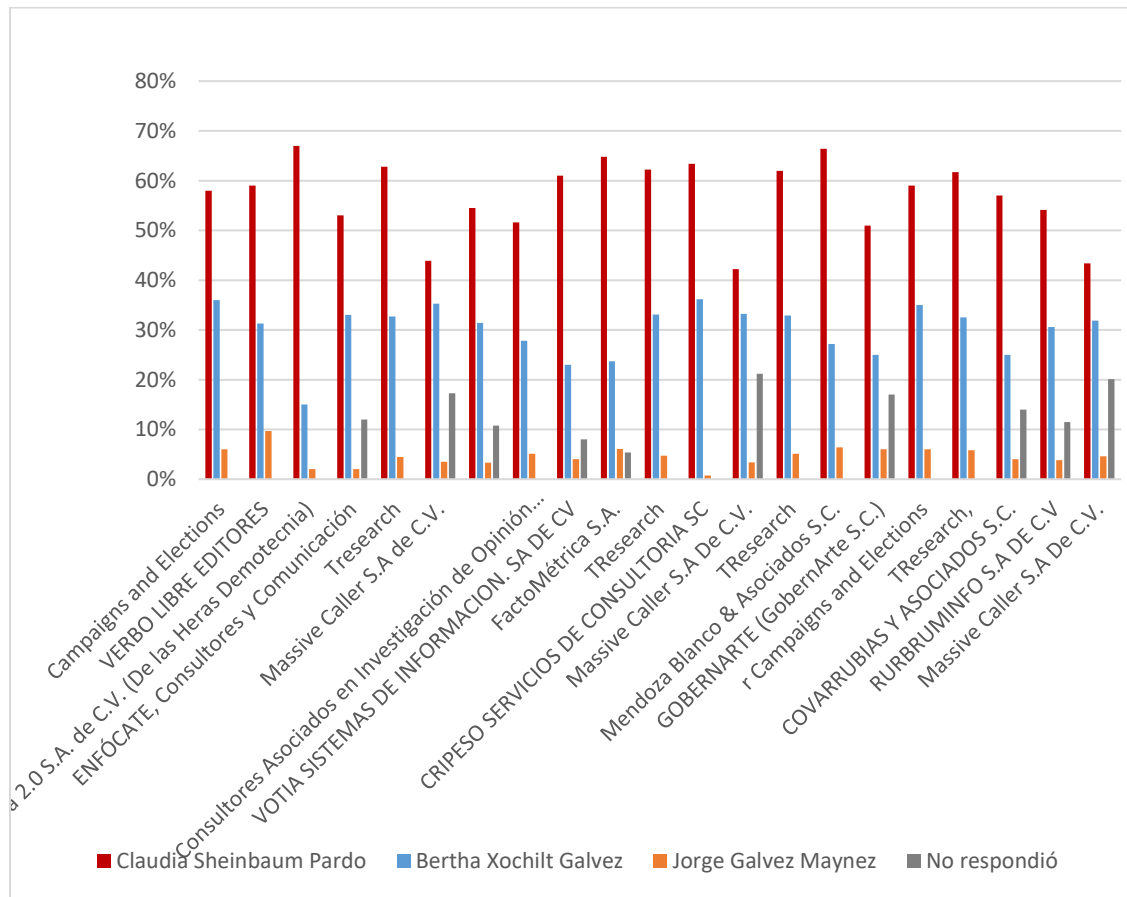
La candidata Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz presenta un rango de apoyo que varía entre el 25% y el 40%, con los picos más altos en encuestas como Massive Caller S.A. de C.V., Consulta Mitofsky, y Carlos Penna Charolett. Sin embargo, en encuestas como las de Editorial Prosperidad S.A. y FactoMétrica S.A., su apoyo es más bajo, acercándose al 25%. La alta variabilidad en los resultados de Gálvez Ruiz indica una posible volatilidad en su base de apoyo, lo que podría reflejar tanto un electorado indeciso como una respuesta fluctuante a eventos de campaña recientes. También puede ser resultado de diferencias en las metodologías de cada encuestadora. Aunque Gálvez Ruiz se mantiene en el segundo lugar, su variabilidad sugiere que su posición no está completamente consolidada.

El candidato Jorge Álvarez Maynez tiene el apoyo más bajo entre los tres candidatos. Su intención de voto varía entre el 5% y el 15%, con sus mejores resultados en encuestas como Massive Caller S.A. de C.V. y Campaigns and Elections. La falta de variación significativa en sus resultados sugiere una base de apoyo limitada y una percepción pública estable pero baja. Estadísticamente, sus números indican que no es percibido como un contendiente fuerte en esta etapa del proceso electoral.

El porcentaje que "No respondió" varía entre el 10% y el 20%, dependiendo de la encuestadora. Este nivel de indecisión puede ser significativo, ya que representa un grupo de votantes que podrían haberse inclinado hacia un candidato en particular, afectando potencialmente los resultados finales.

En resumen, Claudia Sheinbaum Pardo muestra un liderazgo claro y estable en todas las encuestas, con un apoyo que generalmente supera el 50%, lo que indica una base de apoyo sólida y consolidada. Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz sigue en segundo lugar, pero muestra una variabilidad significativa en los resultados de las encuestas, lo que podría ser un reflejo de la respuesta de los votantes a su campaña o a eventos recientes. Jorge Álvarez Maynez mantiene niveles bajos de apoyo, lo que sugiere que su candidatura no ha ganado suficiente tracción entre el electorado. Finalmente, la cantidad moderada de personas que "No respondió" sugiere que hay un grupo de votantes que aún podrían ser persuadidos.

Figura 6. Resultados de las encuestas realizadas en febrero de 2024



La gráfica anterior presenta los resultados del mes de febrero de 2024 para medir la intención de voto de los ciudadanos en el contexto de las elecciones presidenciales en México. A continuación, se presenta un análisis de los mismos.

Claudia Sheinbaum Pardo continúa siendo la candidata con la mayor intención de voto en todas las encuestas. Su apoyo varía entre el 40% y el 65%, con picos en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V., Demotecnia 2.0 S.A. de C.V., y GOBERNARTE. La mayoría de las encuestas muestran a Sheinbaum con más del 50% de intención de voto, lo cual indica un respaldo sólido y constante del electorado. La variabilidad en su apoyo es moderada, lo que sugiere que su base de votantes está bien consolidada.

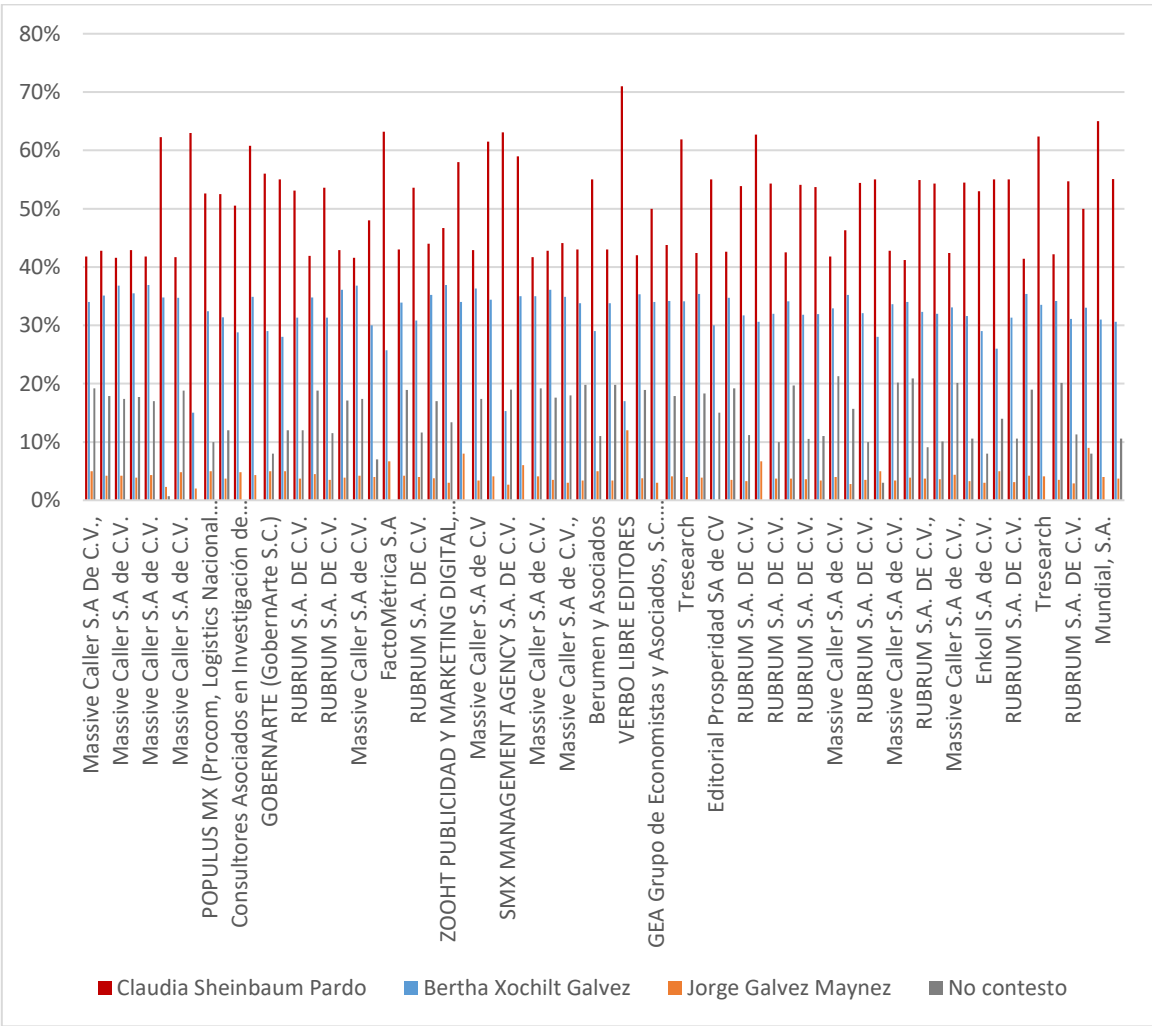
Xóchitl Gálvez Ruiz muestra un rango de apoyo que oscila entre el 20% y el 40%, con los picos más altos en encuestas como Massive Caller S.A. de C.V., FactoMétrica S.A., y Mendoza Blanco & Asociados. En otras encuestas, como las de Consultores Asociados en Investigación y Comunicación, S.C. y CRIPESO SERVICIOS DE INTEGRIDAD, su apoyo es más cercano al 20%. Aunque Gálvez Ruiz sigue en segundo lugar, su apoyo no está

completamente consolidado debido a la amplia variabilidad en los resultados de las encuestas. Esto presenta tanto un desafío como una oportunidad para su campaña de reforzar su base de apoyo.

Jorge Álvarez Maynez tiene el menor apoyo entre los tres candidatos, con una intención de voto que varía entre el 5% y el 15%. Sus mejores resultados se observan en encuestas como Massive Caller S.A. de C.V. y Consultores Asociados en Investigación y Comunicación, S.C.

El porcentaje de personas que "No respondió" varía entre el 5% y el 20%, dependiendo de la encuestadora.

Figura 7. Resultados de las encuestas del mes de marzo de 2024



La gráfica anterior presenta los resultados de varias encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras en marzo de 2024 para medir la intención de voto de los ciudadanos en el proceso electoral para elegir al próximo presidente de México.

Claudia Sheinbaum Pardo sigue siendo la candidata con la mayor intención de voto en todas las encuestas realizadas en marzo de 2024. Su apoyo varía entre el 35% y el 55%, con picos de apoyo en encuestas realizadas por Massive Caller S.A. de C.V., RUBRUM S.A. de C.V., y FactoMétrica S.A. La mayoría de las encuestas muestran que Sheinbaum obtiene entre el 45% al 50% de intención de voto, lo que indica un respaldo constante del electorado. Sin embargo, hay una ligera variabilidad, la cual podría estar relacionada con eventos recientes de campaña, noticias, o cambios en la percepción pública.

Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz muestra un rango de apoyo que oscila entre el 20% y el 40%, con los picos más altos en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V. y Consultor POPULUS MX. En otras encuestas, como las de RUBRUM S.A. de C.V. y Grupo GEA, su apoyo está más cerca del 20%. La variabilidad significativa en los resultados de Gálvez Ruiz podría indicar una volatilidad en la intención de voto, lo cual puede reflejar tanto un electorado indeciso como una respuesta a eventos recientes de campaña o factores externos. También podría ser una señal de falta de consolidación completa de su base de apoyo.

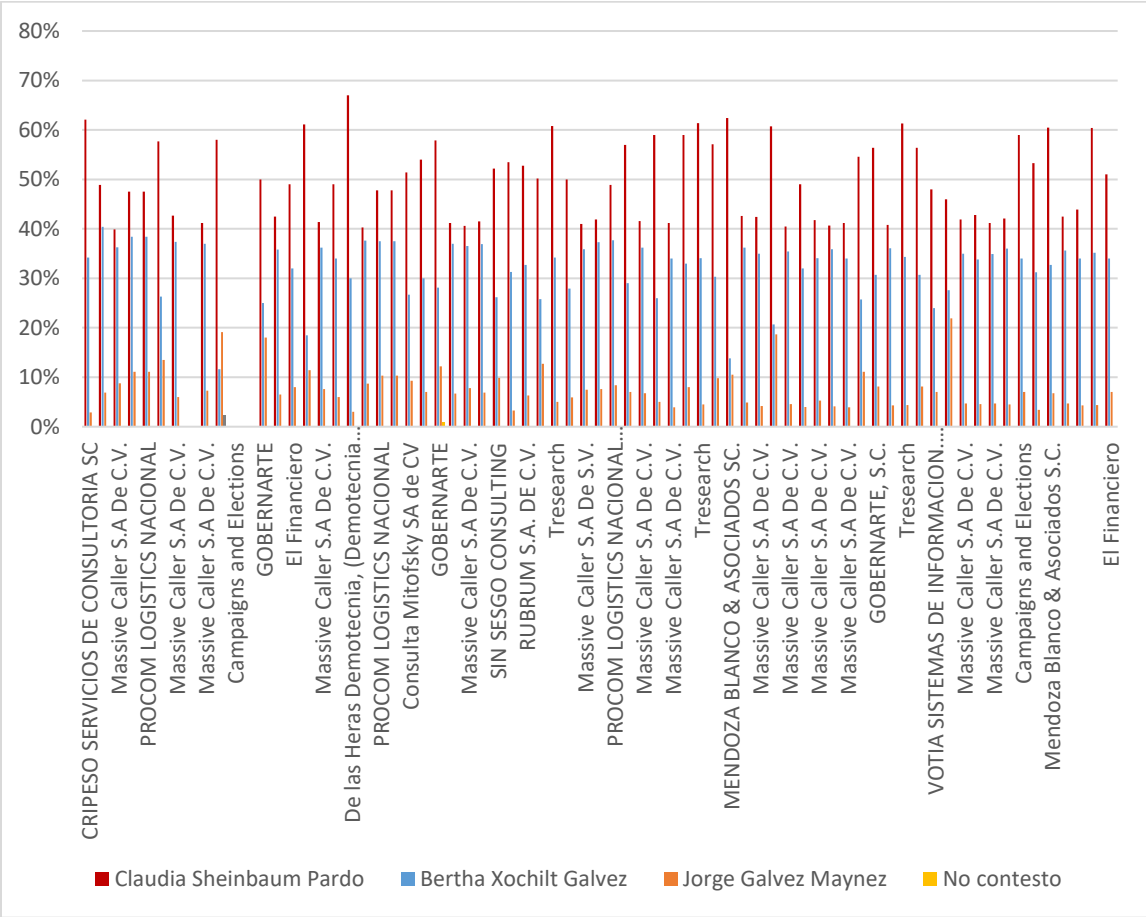
Aunque Gálvez Ruiz se mantiene en el segundo lugar, su variabilidad en los resultados de las encuestas sugiere que existe una oportunidad para que ella refuerce su apoyo mediante una estrategia más clara y focalizada. La alta variabilidad puede ser tanto un riesgo como una oportunidad, dependiendo de cómo se gestionen los mensajes de campaña y el compromiso con el electorado.

El candidato Jorge Álvarez Maynez sigue siendo el candidato con menos apoyo entre los tres. Su intención de voto varía entre el 5% y el 15%, alcanzando sus mejores resultados en encuestas como las de Massive Caller S.A. de C.V. y RUBRUM S.A. de C.V. La falta de variación significativa en sus resultados indica una base de apoyo limitada y un bajo reconocimiento entre el electorado. Estadísticamente, sus números indican que no es percibido como un contendiente fuerte en esta etapa del proceso electoral.

La gráfica proporciona una visión del panorama electoral en marzo de 2024, donde Claudia Sheinbaum Pardo continúa liderando la intención de voto con una ventaja estable,

aunque no absoluta. Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz mantiene una posición competitiva en segundo lugar, aunque con una variabilidad que indica posibles áreas de mejora y consolidación. Jorge Álvarez Maynez sigue en una posición débil, con poco cambio en su apoyo. Las diferencias en los resultados de las encuestas reflejan variaciones en metodologías y técnicas de muestreo, lo que es crucial para interpretar correctamente los datos y entender las dinámicas electorales en juego.

Figura 8. Resultados de las encuestas del mes de abril de 2024



La gráfica anterior presenta los resultados de encuestas realizadas por diversas casas encuestadoras durante el mes de abril de 2024 en el contexto del proceso electoral para elegir al presidente de la república en México.

Claudia Sheinbaum Pardo es la candidata que domina la mayoría de las encuestas, obteniendo los porcentajes más altos de intención de voto, que en la mayoría de los casos varían entre 40% y 60%. Las encuestas realizadas por Massive Caller S.A. de C.V. y El Financiero muestran a Sheinbaum con niveles de apoyo superiores al 50%, mientras que otras

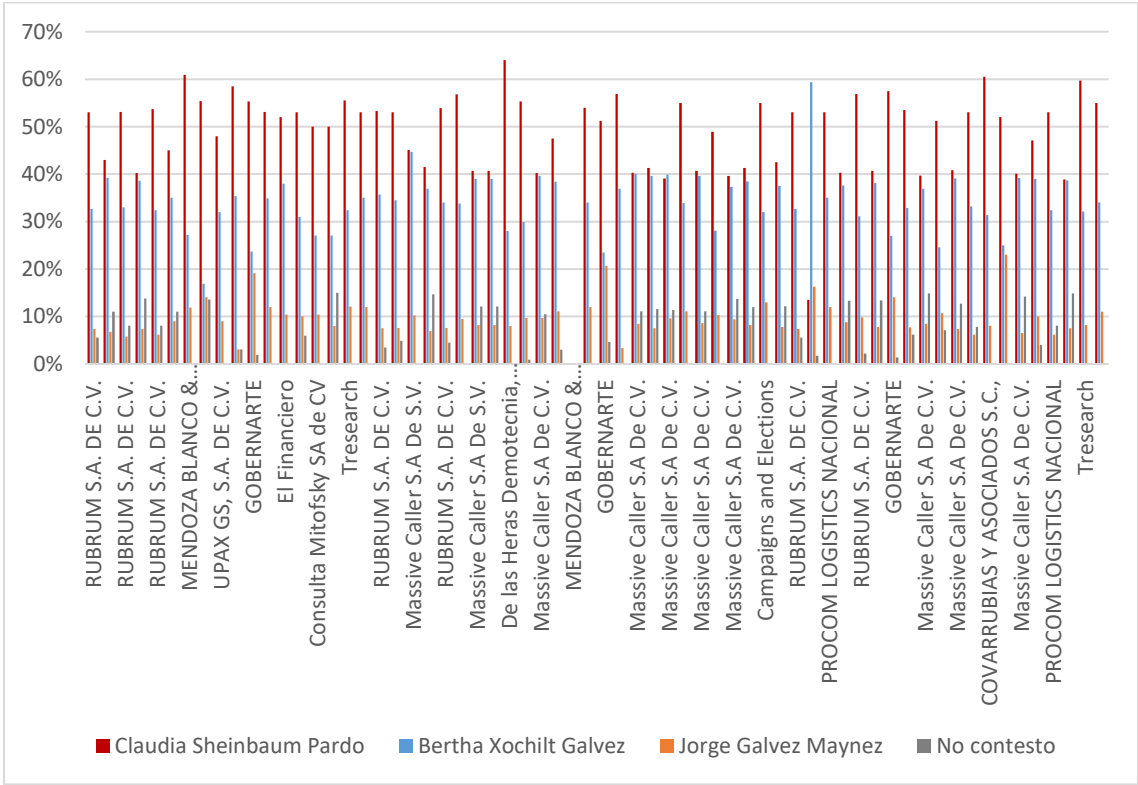
casas encuestadoras como PROCOM LOGISTICS y Consulta Mitofsky S.A. también la colocan como la líder en intención de voto, aunque con cifras más cercanas al 50%.

Xóchitl Gálvez ocupa generalmente el segundo lugar en las preferencias, con porcentajes que oscilan entre el 20% y el 40%, según la casa encuestadora. Encuestadoras como TResearch y VOTIA SISTEMAS reflejan un apoyo más elevado para Gálvez, cercano al 40%, lo que sugiere cierta variabilidad en la percepción de su candidatura.

Jorge Álvarez Maynez presenta los niveles más bajos de intención de voto, en la mayoría de las encuestas con un rango entre 10% y 20%. Sin embargo, algunas encuestadoras, como Massive Caller S.A. de C.V. y PROCOM LOGISTICS, muestran ligeras variaciones que pueden indicar fluctuaciones en la percepción de su candidatura.

La gráfica muestra una competencia electoral con una clara líder, pero con un electorado todavía bastante dividido e indeciso. Las casas encuestadoras con metodologías más transparentes y muestras representativas deben ser consideradas como las que reflejan con mayor precisión el panorama electoral.

Figura 9. Resultados de las encuestas realizadas en mayo de 2024



La anterior gráfica muestra los resultados de encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras durante el mes de mayo de 2024, donde se observa que Claudia Sheinbaum

Pardo sigue liderando en la mayoría de las encuestas, con porcentajes de intención de voto que oscilan entre 40% y 60%. Encuestadoras como Massive Caller S.A., RUBRUM S.A. DE C.V., y Consulta Mitofsky colocan a Sheinbaum en un rango superior al 50%, mostrando una tendencia consolidada en su liderazgo de las preferencias electorales.

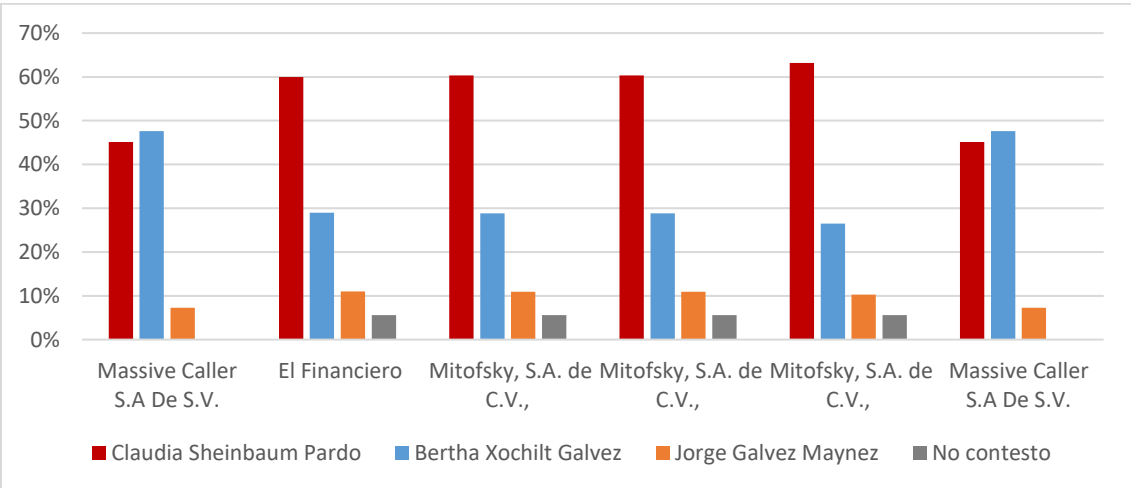
Bertha Xóchitl Gálvez se posiciona generalmente en segundo lugar, con porcentajes que varían entre 20% y 40%. Encuestadoras como TResearch y Massive Caller S.A. muestran un apoyo más alto para Gálvez, llegando a estar cerca del 40% en algunos casos, lo que refleja una fortaleza relativa en ciertas regiones o segmentos del electorado.

Jorge Gálvez Maynez mantiene los niveles más bajos de intención de voto en la mayoría de las encuestas, con un rango que oscila entre 10% y 20%. Sin embargo, encuestadoras como Massive Caller S.A. y RUBRUM S.A. DE C.V. muestran ligeras variaciones que pueden indicar cambios menores en la percepción de su candidatura.

Las columnas de “No respondió” representan a los encuestados que no revelaron su intención de voto. Este grupo varía notablemente entre las encuestas, lo que podría sugerir que una porción significativa del electorado está indecisa o prefiere mantener su decisión en reserva.

La gráfica revela una clara ventaja para Claudia Sheinbaum Pardo en el panorama electoral de mayo de 2024, con una diferencia significativa en intención de voto en comparación con los otros candidatos. Las casas encuestadoras con resultados más consistentes y metodologías transparentes, como Consulta Mitofsky y El Financiero, parecen ofrecer las proyecciones más realistas de la situación electoral.

Figura 10. Resultados de la encuesta realizadas en junio 2024



La gráfica anterior muestra los resultados de las encuestas realizadas por diversas casas encuestadoras durante junio de 2024, mes en el que se llevó a cabo la elección presidencial en México.

Claudia Sheinbaum Pardo cierra con una ventaja notable en las encuestas realizadas por todas las encuestadoras. Los porcentajes de preferencia por Sheinbaum fluctúan entre el 40% y el 50%, lo que indica una ventaja significativa sobre sus oponentes.

La candidata Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz, a pesar de tener menos apoyo que Sheinbaum, concluye el periodo de campaña con un rango de apoyo relativamente estable, alrededor del 10%, dependiendo de la encuestadora.

El candidato Jorge Gálvez Maynez presenta un nivel de apoyo más bajo que los otros candidatos, con un respaldo del 10% o menos, lo que sugiere que su campaña no logró captar un apoyo sustancial en comparación con los otros candidatos.

Resultados electorales

El 2 de junio del 2024 se celebraron las elecciones para elegir al presidente de la república de México, quien sucedería al actual presidente Andrés Manuel López Obrador. Compitieron dos candidatas y un candidato.

Claudia Sheinbaum Pardo nació el 24 de junio de 1962. Estudió la maestría en Ingeniería Energética y obtuvo el doctorado en Ingeniería Energética por la UNAM. Es investigadora del Instituto de Ingeniería de la UNAM y miembro de la Academia Mexicana de Ciencias (Sheinbaum, s.f.).

Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz nació el 22 de febrero de 1963. Fue la candidata a la presidencia de México por el Frente Amplio por México, alianza opositora formada por los partidos Revolucionario Institucional (PRI), Acción Nacional (PAN) y de la Revolución Democrática (PRD) (CNN, 2024). Senadora con licencia a partir del 15 de noviembre de 2024, es ingeniera en Computación por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y tiene una especialidad en robótica, inteligencia artificial, edificios inteligentes, sustentabilidad y ahorro de energía (República, 2024).

Jorge Álvarez Máynez fue el candidato a la presidencia de México por el partido Movimiento Ciudadano (MC). Con 38 años, fue el aspirante más joven de la contienda. Es licenciado en Relaciones Internacionales por el Instituto Tecnológico y de Estudios

Superiores de Occidente (ITESO), y tiene maestrías en Administración Pública y en Estudios Internacionales por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), así como en Derecho Constitucional y Derechos Humanos por el Centro de Estudios Carbonell (Latinoamérica, 2024).

Los resultados electorales obtenidos después de los cómputos distritales realizados por el Instituto Nacional Electoral fueron los siguientes.

La participación ciudadana fue del 61.04%, lo que equivale a 60’115,184 ciudadanos mexicanos (INE, 2024). Esta elección registró una de las mayores cifras de votantes para elegir a sus gobernantes. Aunque el porcentaje de votación fue menor que en los procesos electorales de 2012 (IFE, 2024) y 2018, la cantidad de ciudadanos que votaron fue mayor.

Figura 11. Participación ciudadana en las elecciones para presidente de la república

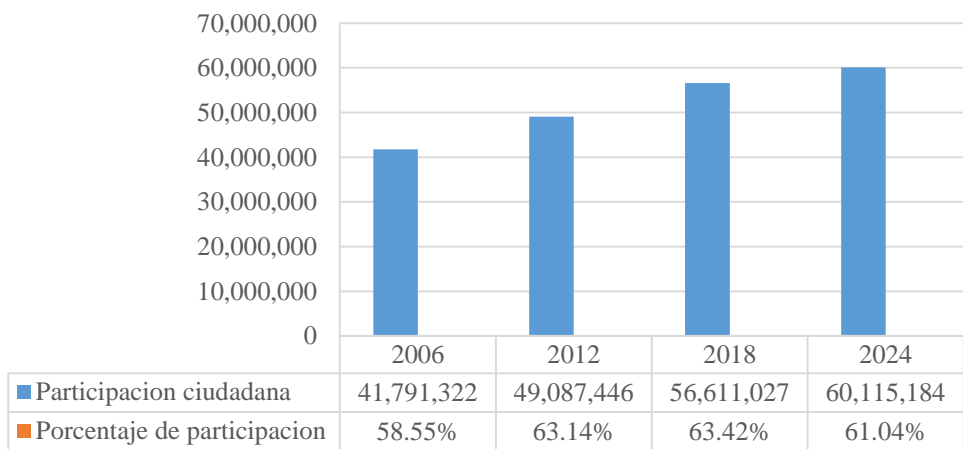
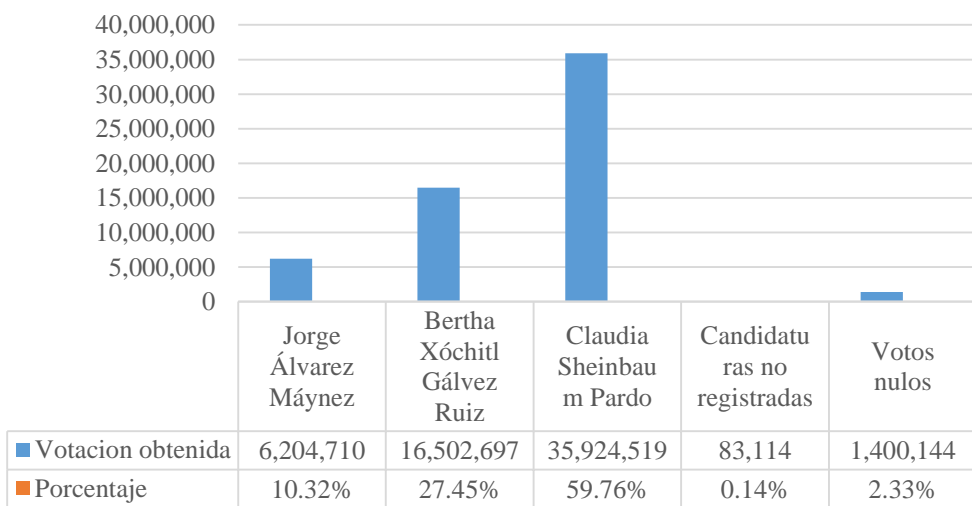


Figura 12. Resultados de la elección para presidente de la república



La candidata que resultó ganadora para la elección de presidente de la república fue Claudia Sheinbaum Pardo, obteniendo casi el doble de votos que el segundo lugar, que fue para Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz.

El tercer lugar lo obtuvo el candidato Jorge Máynez. Sin embargo, es importante destacar el impacto inesperado y significativo que tuvo, lo que le permitió destacarse en poco tiempo a pesar de su baja visibilidad y menor apoyo en comparación con las candidatas principales. Álvarez Máynez logró un aumento notable en su popularidad, en gran parte debido a su uso innovador de las redes sociales, donde se posicionó como una alternativa disruptiva al *status quo* político. A medida que avanzaba la campaña, su mensaje resonó particularmente entre los votantes jóvenes y aquellos desencantados con las opciones tradicionales. Utilizó contenidos virales como canciones que conectaban emocionalmente con el electorado, así como memes, videos cortos y transmisiones en vivo.

Otro de los factores del llamado “efecto Maynez” fue que supo capitalizar el descontento con los partidos tradicionales como el PRI y el PRD, presentándose como una voz joven, fresca y honesta, y utilizando el discurso de la transparencia, la inclusión y la lucha contra la corrupción.

Conclusiones

Existe una notable variabilidad en los resultados presentados por las diferentes casas encuestadoras, lo que puede deberse a varios factores como el tamaño de la muestra, la metodología empleada, el diseño del cuestionario, y el período de recolección de datos. La divergencia en los resultados, especialmente en encuestas que muestran diferencias significativas en las preferencias por los candidatos, sugiere que algunos estudios pueden estar más alineados con ciertos segmentos demográficos o geográficos, mientras que otros pueden tener una cobertura más representativa.

El porcentaje de encuestados que no declaró su intención de voto representa un indicador relevante del nivel de indecisión o desconfianza en el proceso electoral. Investigaciones futuras deben enfocarse en comprender mejor las razones detrás de esta indecisión, ya sea por falta de información, desconfianza en las opciones disponibles, o desencanto con el sistema político. Analizar esta categoría puede proporcionar información crucial para los partidos políticos en la adaptación de sus estrategias de campaña.

Las gráficas presentadas en la presente investigación muestran los resultados de diversas encuestas realizadas por diferentes casas encuestadoras durante los meses previos a la elección presidencial del 2 de junio de 2024 en México. Estas gráficas permiten comparar las proyecciones de intención de voto de las casas encuestadoras con los resultados electorales finales. La candidata Claudia Sheinbaum Pardo fue la ganadora con casi el doble de votos que la segunda posición, Bertha Xóchitl Gálvez Ruiz, mientras que Jorge Álvarez Máynez quedó en tercer lugar.

A continuación, se presenta un análisis de cuáles casas encuestadoras fueron más precisas y cuáles se alejaron más de los resultados reales.

- Casas Encuestadoras con resultados más cercanos a los resultados reales:
 - Consulta Mitofsky: A lo largo de los meses previos a la elección, Consulta Mitofsky mantuvo una proyección constante en la que Claudia Sheinbaum lideraba con un apoyo cercano al 50%, Bertha Xóchitl Gálvez se mantenía en segundo lugar con alrededor del 30%, y Jorge Álvarez Máynez oscilaba entre el 10% y el 15%. Estos resultados son consistentes con los resultados finales donde Sheinbaum ganó con casi el doble de votos que Gálvez y Máynez obtuvo una cantidad mucho menor de votos.
 - Massive Caller S.A. de C.V: También presentó resultados consistentes y cercanos a los reales. Esta encuestadora mostró a Claudia Sheinbaum en un rango del 40-50%, lo cual es cercano a su resultado electoral real. Además, colocó a Bertha Xóchitl Gálvez y a Jorge Álvarez Máynez en el segundo y tercer lugar respectivamente, con proporciones que se alinean con los resultados finales.
 - El Financiero: Las encuestas realizadas por El Financiero también estuvieron cerca de los resultados finales, mostrando una ventaja clara para Sheinbaum en la mayoría de sus encuestas. Gálvez y Máynez se ubicaron en el segundo y tercer lugar, respectivamente, con márgenes de diferencia que reflejan los resultados electorales oficiales.
- Casas Encuestadoras con resultados más alejados de los resultados reales
 - Tecnología Estadística S.C: Esta casa encuestadora presentó resultados bastante alejados de la realidad electoral, especialmente en las encuestas de

los meses de octubre y noviembre de 2023. En varias ocasiones, mostró a Claudia Sheinbaum con un apoyo del 70%, lo cual es considerablemente más alto que su resultado real. Esta sobreestimación indica posibles problemas de muestreo o sesgos metodológicos que influyeron en sus resultados.

- Carlos Penna Charolet: Las encuestas realizadas por Carlos Penna Charolet también mostraron a Sheinbaum con un apoyo muy elevado en algunos casos con cerca del 70% de probación, lo cual se desvía notablemente de los resultados reales. Además, en algunos casos, las proyecciones de apoyo para Xóchitl Gálvez fueron inusualmente bajas, lo que muestra una inconsistencia significativa en comparación con el resultado electoral.
- CRIPES SERVICIOS DE INTEGRIDAD: Similar a las anteriores, esta encuestadora mostró resultados inconsistentes, colocando a Sheinbaum con un porcentaje de apoyo extremadamente alto en algunos meses, lo que no coincidió con la realidad de los resultados. Esta tendencia de sobreestimación sugiere problemas en la representatividad de las muestras o posibles sesgos.

Como se muestra, casas encuestadoras como Consulta Mitofsky, Massive Call, y El Financiero demostraron ser más precisas y consistentes en sus proyecciones a lo largo del proceso electoral. Los resultados mostrados por estas encuestadoras se alinearon más estrechamente con los resultados oficiales del 2 de junio de 2024.

Por otro lado, encuestadoras como Tecnología Estadística S.C., Carlos Penna Charolett, y CRIPES SERVICIOS DE INTEGRIDAD presentaron resultados que se desviaron significativamente de los resultados reales, lo que sugiere que pueden haber tenido problemas metodológicos o sesgos en sus estudios.

Este análisis subraya la importancia de la transparencia metodológica y la rigurosidad en el diseño de las encuestas. Encuestadoras con metodologías claras y muestras representativas tienden a ofrecer predicciones más fiables, mientras que aquellas con sesgos o errores metodológicos pueden distorsionar la percepción pública y afectar las estrategias de campaña de los candidatos.

Las conclusiones sobre el Uso de Casas Encuestadoras en Procesos Electorales son las siguientes.

Las encuestas electorales son herramientas útiles para medir tendencias y ofrecer una idea general de la intención de voto, pero su confiabilidad depende de la metodología utilizada, el tamaño de la muestra, la representatividad geográfica, y la transparencia en la recolección de datos. Como se observa en este caso, algunas casas encuestadoras presentaron datos más alineados con los resultados finales, mientras que otras tuvieron resultados mucho más divergentes.

Las encuestas pueden tener un impacto significativo en la percepción de los votantes debido a efectos como el "bandwagon" o "underdog". Los resultados de las encuestas pueden influir en los votantes indecisos a favor del candidato líder o a favor de un candidato con menos apoyo para equilibrar el poder.

La confiabilidad de las encuestas depende de la metodología utilizada, el tamaño y la representatividad de la muestra, el diseño del cuestionario y la transparencia de los resultados. Algunas encuestadoras, como Consulta Mitofsky, Massive Caller, y El Financiero, demostraron ser más precisas y consistentes en sus predicciones durante el proceso electoral de 2024. En contraste, otras, como Tecnología Estadística S.C. y Carlos Penna Charolett, presentaron desviaciones significativas, sugiriendo problemas metodológicos o sesgos.

En resumen, aunque las encuestas son herramientas valiosas para medir la intención de voto, no todas son igualmente confiables, y su impacto en el proceso electoral puede variar significativamente dependiendo de cómo se presentan y se perciben.

Los resultados de las encuestas claramente tienen un impacto en el electorado, influyendo en cómo los votantes perciben la viabilidad de los candidatos y moldeando sus decisiones de voto. La cobertura mediática de estas encuestas amplifica este impacto, ya que refuerza ciertas narrativas y puede contribuir a efectos como el "bandwagon" o el "underdog."

Es crucial que tanto los votantes como los medios de comunicación utilicen las encuestas de manera crítica, considerando la metodología detrás de los resultados y la reputación de la encuestadora. También es importante que los organismos reguladores, como el Instituto Nacional Electoral (INE), sigan monitoreando y asegurando la calidad y transparencia de las encuestas publicadas.

En conclusión, las encuestas electorales son herramientas poderosas que pueden informar, influir y moldear tanto las campañas políticas como las decisiones de los votantes. Sin embargo, su efectividad y confiabilidad dependen en gran medida de la rigurosidad con

la que se realicen y del uso crítico de los datos por parte de los actores políticos, los medios de comunicación y el público en general.

Bibliografía

- Blanco, J. (28 de 02 de 2018). *Encuestas con trampa. No miden; manipulan la opinión pública.* .
Obtenido de <https://disidentia.com/encuestas-con-trampa-miden-o-manipulan-opinion-publica/>
- INE. (2023). *Encuestas Electorales, proceso electoral federal* . Obtenido de <https://ine.mx/encuestas-proceso-electoral-2023/>
- INE. (2024). *Encuestas Electorales*. Obtenido de <https://ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/>
- Mente, P. y. (4 de septiembre de 2016). *Gregarismo: El efecto Bandwagon y el efecto Underdog*.
Obtenido de <https://psicologiaymente.com/social/gregarismo-efecto-bandwagon-underdog>
- Serrano, I. (18 de 05 de 2023). *Qué hacemos con las encuestas electorales*. Obtenido de <https://blogs.uoc.edu/edcp/es/encuestas-electorales/>
- TEPJF. (2020). Evaluación de la precisión de las encuestas electorales. Desafíos y retos metodológicos. En T. E. Federación., *Elecciones, justicia y democracia en México*. p. 52. Ciudad de México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.